



"Never waste a good crisis"

Scherpzinniger dan met bovenstaande uitspraak heeft nog niemand op de economische crisis gereageerd. We hebben meer lesgeld betaald dan ooit tevoren, dus we kunnen maar beter iets opsteken van deze harde economieles. Momenteel zien gerenommeerde bedrijven een dalende trend in verkoopcijfers. Zolang die trend aan blijft houden reageren bedrijven vaak door drastisch in de kosten te gaan snijden. Pas wanneer het kostenniveau niet lager meer kan begint men pas weer echt in de verkoopkant te investeren. Dit komen wij vaak tegen en zien wij met argusogen aan.

Ons advies:

Zorg dat je beide doet, maar leg de nadruk op verkoop om alles op alles te zetten.

Doe dit met name door de focus op Sales Activity Management te leggen. Door reorganisatie van de sales focus en activiteiten met als doel het verhogen van belactiviteiten, bezoekaftspraken, aantal offertes en pipeline management. The Sales Embassy kan als externe partner daarbij een positieve stok achter de deur zijn om gewenst resultaat te boeken.

Terwijl we resetten, moeten we ook kritisch blijven. Alle betrokkenen moeten voortaan **Sales Activity Management borgen** in hun systeem om zelfstandig te verkopen.

Laten we daarom voorbij de crisis kijken en de recessie aangrijpen voor een definitieve heroverweging; bezinning op de juiste sales activiteiten, sturen op rendement en aangescherpte verantwoordelijkheden die we zullen moeten dragen.

Wie zich vandaag het beste aanpast, is de winnaar zodra de economie weer aantrekt. *Nog deze zomer interactie over Sales Activity Management neem [contact met ons op](#).*

Auteur: Hanswerner Davids

Verkopen aan de business kant

Verkopers verkopen traditioneel aan inkopers of IT managers, terwijl je steeds meer aan de business kant moet zijn om opnieuw binnen te komen bij organisaties. Presenteer daar welke kansen er bestaan als ze met u zaken doen 'reference selling'. Laat zien wat de voordelen zijn en het terugverdienmodel. Vaak valt de investering in termen van omzetgroei, risicovermindering in lijn met de strategische bedrijfsdoelstellingen van uw potentiële klant. Daarnaast is het praten over de investering leuker en eenvoudiger te verkopen dan praten over goedkoper en marginale verschillen bij de inkoper/operationeel manager.

[Volg hiervoor de training 'Boardroom Selling'.](#)

Verkopen volgens het Sales Process

Je ontkomt er niet meer aan om samen met je collega's van andere afdelingen een sales process te ontwikkelen. Zonder sales process doet iedereen maar wat en gaat veel kostbare tijd verloren aan zaken die vaak minder relevant zijn. Daarnaast is het zonde van ieders inspanning en levert het geen inkomsten op dus waarom niet de neuzen in dezelfde richting zetten? Tegen een minimale investering ontwerp je samen met collega's je eigen sales process in 1 dag. Ook is het prettig voor prospects en klanten om te werken met een leverancier die synchronisatie kent met het inkoopproces van de klant 'win : win'.

[Schrijf je in voor deze bedrijfstraining en organiseer een mooie en waardevolle dag met je collega's.](#)